

När en kund köper handlar det om att ta beslut, lätta och svåra beslut beroende på om det gäller stora eller små köp. Alla dina konsumenter är unika och påverkas av olika faktorer i deras liv. Visserligen kan varje segment [målgrupp] vara relativt lika. Men varje varje individs behov, vanor och intressen är unika för varje enskild individ. Det kan t ex vara faktorer inom,

- ▶ Kultur
- ▶ Socialt sammanhang
- ▶ Psykologi
- ▶ Ekonomi

Individens egenskaper, attityder, värderingar & livsstil påverkar hennes konsumtionsmönster. Dessa "sanningar" påverkar hur och när du ska marknadsföra företagets produkter.

5P	Övriga faktorer i omgivningen		Konsumentens faktorer	Konsumentens köpprocess		Konsumentens köpbeslut
Produkt	Ekonomiska	>>	Kultur	Problem uppstår	>>	Produktval
Pris	Kulturella		Socialt	Söka information		Märkesval
Plats	Sociala		Personligt	Värdering av alternativ		Butiksväl
Påverkan			Psykologiskt	Köpbeslut		Tidpunkt för köp
Personal				Utvärdering		

Philip Kotler, Model of buying behaviour, 2008